

生成式 AI 时代的采购转型

Shirley Hung , 合伙人
Prateek Singh , 实践总监
Akash Thunga , 高级分析师
Smarajeet Das , 高级分析师

Copyright © 2024 , Everest Global, Inc. 保留所有权利。

www.everestgrp.com

目录

引言 03

数字技术在采购环节的普及度 04

生成式 AI 的出现及其潜在影响 06

通过生成式 AI 实现采购流程的
转型升级 07

通过权衡利弊优化 AI 实施

09

实施生成式 AI 的关键考虑因素

11

引言

生成式 AI 以其令人惊叹的类人创造能力，在商业世界中获得广泛关注。自从 ChatGPT 发布以来，全球企业积极探索其应用模式。随着技术的不断发展，它持续对商业运作产生深远影响，采购流程也不例外。随着时间的推移，采购部门已从后台职能发展成为业务的战略前沿，其工作重心不仅仅是实现传统的成本节约，还包括建立战略供应商关系、动态和主动管理风险以及确保业务连续性。

AI 技术不仅可以帮助采购组织实现成本节约，还可以提高各个流程的效率、生产力和准确性，创造更多附加价值。然而，与财务和会计 (F&A) 以及人力资源 (HR) 等业务职能相比，采购组织在采用先进的数字解决方案方面相对落后。尽管采购对基于人工智能/机器学习 (AI/ML) 的分析和智能文档处理 (IDP) 等先进技术表现出了一定兴趣，但整体上认知解决方案的采用仍处于初级阶段。能够辅助决策的基于人工智能/机器学习 (AI/ML) 的认知解决方案的出现，使采购运营的转型升级迎来了新的机遇。

人工智能模型逐渐成熟、更快的系统算力以及高质量模型训练数据的涌现，正在重新定义生成式人工智能等技术。这些人工智能模型可以生成文本、图像、视频、音频、代码片段和合成数据等形式的独特内容。生成式人工智能有望进一步增强现有基于人工智能的解决方案的适用性和能力，从而可能形成更高的普及率和影响力。随着各行各业探索在企业运营中利用生成式人工智能的能力，采购领导者也在密切跟踪这一领域的发展，以便在他们的转型进程中，贯穿寻源到付款 (S2P) 价值链挖掘潜在的高影响力用例。

从这个角度来看，我们探讨了生成式人工智能时代采购运营的数字化转型，包括：

- 数字技术在采购环节的普及度
- 贯穿寻源到付款 (S2P) 价值链的基于人工智能/机器学习 (AI/ML) 解决方案的用例
- 生成式人工智能的出现及其含义
- 采购运营中生成式人工智能的用例及其优先级
- 确保生成式人工智能解决方案成功实施的关键考虑因素

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/958005117065006115>